

Mujer y emprendimiento. Una especial referencia a los viveros de empresas en Galicia

Francisco Jesús Ferreiro

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA APLICADA
UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA
franciscojesus.ferreiro@usc.es

Resumen: El presente artículo tiene como objetivo analizar el papel de la mujer emprendedora en los viveros de empresas gallegos. Para ello, partiendo del origen del término emprendedor se establece el concepto actual de emprendedora. A continuación se realiza un análisis de la situación laboral actual de la mujer gallega para centrarnos en los viveros de empresas gallegos, donde se estudiará cómo y cuándo surgen, se clasificarán según su naturaleza y orientación (tecnológicos, generalistas).

Se profundizará en el perfil de la mujer emprendedora de los viveros gallegos, tal y como su nivel formativo, la edad, la actividad en la que emprende, el nivel de facturación, la rentabilidad, así como la importancia del vivero de empresas para la mujer emprendedora. También se analizarán las causas por las que la mujer emprende menos, así como la tendencia de futuro. Finalmente presentamos las principales conclusiones del artículo.

Palabras clave: Emprendedores, mujeres, viveros de empresas, Galicia.

Abstract: *The aim of this article is to analyze the role of entrepreneurial women in Galicia's business incubators. To do so, depending on the origin of the term entrepreneur the notion of the enterprising women is set out. Following this, we will analyse the situation of Galician women in the labor market so that we can focus on different aspects of business incubators, we will look at how and where these arise and they will be classified according to their nature and orientation (technological , general).*

We will deepen into the profile of the entrepreneurial women in the Galician incubators such as level of education, age, the type of economic activity that undertakes, level of turnover and profitability, as well as the importance of the business incubators for the entrepreneurial woman, the reasons why of a lesser female undertaking and future tendency. Finally we present the main conclusions of the article.

Key words: Entrepreneur, women, business incubators, Galicia.

Introducción

Las últimas décadas han sido, sin duda, definitivas en cuanto al incremento del número de mujeres asalariadas en nuestro país y en nuestra comunidad, así como una mayor presencia femenina en el mundo empresarial, lo que se

traduce en una serie de avances tanto sociales como económicos que suponen un cambio considerable dentro de la sociedad en general. En este sentido, la creciente incorporación de la mujer al mercado laboral ha supuesto una ruptura en el mapa laboral tradicional, hecho que día a día se va cimentando e impulsando, con su participación en una diversidad, cada vez mayor, de actividades (Toribio, 2001). Así, la mujer se ha ido posicionando como un agente más en el desarrollo económico del país. En enero de 2011, Galicia era la tercera Comunidad Autónoma con más iniciativas empresariales impulsadas por mujeres, algunas de ellas gestadas en los viveros de empresas gallegos, según Ferreiro y Vaquero (2013).

A lo largo de este artículo se realiza una revisión de la literatura principal sobre emprendimiento y mujer emprendedora, en especial, la relativa a las emprendedoras gallegas cuya actividad se realiza dentro de un vivero de empresas. Para ello, se estudiará cómo y cuándo surgen los viveros de empresas, se clasificarán según su naturaleza y orientación (tecnológicos, generalistas). Además, haremos un repaso por los autores más importantes que han conceptualizado el término emprendedor desde su origen y, además, veremos qué porcentaje de los emprendedores de los viveros son mujeres y las razones que las motivan a emprender.

Otro aspecto a estudiar será la presencia femenina en los viveros de empresas, en términos de si la mujer emprende más, si tiene mayor formación, experiencia, actividades en las que emprende, rentabilidad, etc. Además, se extraerán las causas de, en caso de hacerlo, porqué la mujer emprende menos.

Origen del término emprendedor desde la perspectiva de los autores más influyentes

Durante décadas, se ha venido conceptualizando el concepto de emprendedor partiendo de los términos de empresario y empresa, que se sitúa por primera vez en el siglo XVII. Desde entonces y hasta hoy en día, numerosos autores han ido dando forma al término emprendedor, autores de la talla como Cantillon, Say, Stuart, Walras, Casson, Schumpeter, Kirzner y Audretsch.

Cantillon (1755) es el primer autor que utiliza el término *entrepreneur* al señalar explícitamente en su ensayo el papel que tiene el empresario en la economía. Cuando habla del término *entrepreneur* no quiere hacer mención a propietarios, sino a “personas que persiguen la puesta en funcionamiento de un negocio para obtener un beneficio”, basando éste en las necesidades existentes en el mercado. Realmente se podría considerar que es el primer autor que lo utiliza.

Say (1803) consideraba que la principal función del emprendedor era la de “gestionar recursos de una manera eficiente a través del conocimiento”, que permitiera aumentar la producción. Stuart (1848) lo introdujo en el mundo anglosajón, respe-

tando la terminología francesa *entrepreneur* y relacionándolo con la “asunción de riesgos económicos”, idea muy en la línea de Cantillon.

Por su parte, Walras (1874) ubicó al emprendedor dentro del marco de estudio de la teoría general de equilibrio económico y definía al empresario como una persona que “adquiere en alquiler la tierra, el trabajo y el capital, asociándolos para, comprando materias primas a otros empresarios, vender por su cuenta y riesgo los productos obtenidos”.

Según Schumpeter (1934), “un emprendedor es una persona que aglutina un conjunto de recursos de forma novedosa, intentando mejorar la oferta de productos existentes en un mercado e incorporando la innovación como concepto intrínseco en la creación de una nueva empresa”. El enfoque de Schumpeter señala al empresario como motor del desarrollo económico, impulsado por las innovaciones que el empresario sitúa en el mercado y que pueden ser de cinco tipos: de producto, de método de producción, de apertura de un nuevo mercado, utilización de una nueva fuente de materias primas y, por último, la creación de un tipo de organización industrial. Según éste, se puede considerar como empresario a cualquier persona que realice innovaciones en uno de los cinco ámbitos descritos, bien de manera independiente, (por cuenta propia), o bien como ejecutivo (empleado) de una compañía; característica diferencial del empresario de Schumpeter es que no asuma riesgos a menos que sea su propio capital el invertido en el proyecto de innovación.

Kirzner incorpora una novedad con respecto a Schumpeter y es que los mercados no son perfectos ni están en equilibrio. Así, según Kirzner (1973, 1998) es el emprendedor el que “permite aumentar la competitividad conduciendo al mercado a una situación de equilibrio” debido a que cuantos más emprendedores se incorporen al mercado, existirá mayor competencia, lo que provocará que los precios disminuyan. El emprendedor, gracias a su iniciativa, pone en marcha nuevas formas de organización de los factores de producción. Para Kirzner (1973) no todo el mundo tiene la misma información sobre el valor y los precios de los productos, lo que constituye una oportunidad el hecho de que diferentes emprendedores tengan distinta información sobre la situación del mercado. Teorías que siguen vigentes hoy en día.

Casson desarrolló las cualidades que debe poseer todo mercado de empresarios, poniendo de manifiesto la dificultad que existe para definir objetivamente tal mercado. El principal inconveniente no reside en la complejidad o en la dimensión del proyecto empresarial, sino más bien en la cualidad de la decisión, la cual provoca que dicha decisión sea innovadora y permita desarrollar un proyecto empresarial. Por otra parte, “el emprendedor no está detrás de cada actuación desarrollada por la organización y solo cuando tras una decisión se produce un cambio fundamental, se podrá hablar de decisiones acertadas o juiciosas”, Casson (1982). Para éste, el espíritu

emprendedor, la capacidad de asumir riesgos, de crear una empresa, es una condición general que puede clasificarse incluso como macroeconómica, estructural, la cual está relacionada con el funcionamiento general de equilibrio de una economía y con el progreso y la evolución social en su conjunto. El equilibrio de una economía es resultado de la interacción entre emprendedores o empresarios y entre aquellos que tienen éxito y los que fracasan.

Audretsch (2013) ha construido una versión actualizada del papel del emprendedor innovador schumpeteriano: se trata de “un agente dispuesto a explotar conocimientos que las empresas establecidas consideran alejados de su negocio central”. Considera que el emprendedor es el agente del cambio que mediante la toma de una posición de riesgo acelera la generación y aplicación de las ideas innovadoras en la economía, debiendo estar la actividad de la empresa ligada a un contexto local y dentro de este contexto se puede vincular con los viveros de empresas, al ser un instrumento de política económica que fomenta la actividad emprendedora en un territorio. Aun cuando Audretsch no habla explícitamente de los viveros de empresas, sí resalta la importante influencia que los programas con incentivos públicos tienen en la actividad emprendedora a través de la formación empresarial, la financiación, la introducción de normas de calidad y la detección de las oportunidades que ofrece el mercado. También considera que el tipo de programa elegido y el momento de aplicación pueden servir de soporte, pero también de freno en el fomento de la actividad emprendedora (Audretsch et al., 2002).

Concepto de emprendedor

En términos generales, un emprendedor es una persona que crea una empresa. Lo que a simple vista parece sencillo, realmente no lo es tanto. Echando un vistazo a las definiciones que de dicho término da el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, nos encontramos con que un emprendedor es aquel que “emprende con resolución acciones dificultosas o azarasas”. Pues bien, resulta que la definición no comprende las acciones reales que llevan a cabo los emprendedores. Sin embargo, si se busca el término “empresario”, en su cuarta acepción, da la siguiente definición: “Titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa”. Parece que esta última definición concuerda más con el término emprendedor. Algunos autores diferencian entre los términos de empresario y emprendedor; así, Veciana (1998, 2005) señala que no todos los propietarios de una empresa son necesariamente emprendedores, ya que pudieron ser propietarios porque la compraron o por herencia, por lo que solo serían emprendedores aquellos que ponen un nuevo negocio o una nueva actividad dentro de una empresa ya constituida. Gartner (1988), en cambio, diferenció entre emprendedores (crean empresas) y no emprendedores (no crean empresas).

Lückgen et al. (2006) definieron a los emprendedores como “personas que están, solos o con otros, activamente involucradas en el nacimiento de una nueva empresa y que esperan ser propietarios o copropietarios de dicho negocio, combinando la implicación personal con el interés por poseer una parte del negocio”.

Amatori (2010), considera que “el emprendedor pueda ser alguien por cuenta propia o incluso con un par de empleados que esté en condiciones de ser muy sensible ante las demandas del mercado, personalizando y adecuando sus acciones en un nicho específico de mercado”.

En definitiva, un emprendedor es una o varias personas que quieren crear una empresa o la han constituido recientemente buscando satisfacer las necesidades del cliente a través de un servicio o un producto, generando un derecho de cobro, gestionando para ello unos recursos (humanos, financieros, materiales, etc.) que generan una obligación de pago y obteniendo un resultado empresarial.

Mujer y emprendimiento

Según el informe GEM Galicia (2011), “respecto al perfil de la mujer emprendedora en Galicia en el año 2011, se incorporan mujeres más jóvenes, disminuye el número de las residentes en entornos urbanos, se encuentran en la mayor parte de los casos en situación de empleo activo y tienen dedicación exclusiva a su negocio. Como elemento diferenciador, destaca su mayor nivel de estudios con respecto a los emprendedores. En cuanto a las características de su actividad empresarial, la mayor parte de las emprendedoras crean sus empresas de forma individual trabajando como autónomas en el sector de servicios de consumo y mejorando sus expectativas de generación de empleo”. Por lo tanto, según el Informe de Mujer Autónoma (2012), cada vez es mayor el número de mujeres que se dan de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos por lo que la mujer como trabajadora autónoma es una realidad social emergente, en constante crecimiento y de una importancia cualitativa evidente. Audretsch, y Thurik (2004) analizaron el doble efecto que produce la crisis: por un lado, la falta de expectativas reduce el número de empresas. Por otro lado, la situación de desempleo hace que muchas personas emprendan ante las dificultades de encontrar un empleo. Este concepto queda reflejado en los informes GEM al distinguir entre emprendedor por “oportunidad” y por “necesidad”. El primero es aquel que emprende a partir de una identificación de oportunidad de mercado que cree rentable y lleva a cabo las acciones empresariales para tener éxito. Según Díaz et al. (2008), los emprendedores por oportunidad son aquellos que ponen en marcha una empresa para explotar una oportunidad de negocio. En cambio el emprendedor por necesidad viene más determinado por las circunstancias, por la falta de expectativas, si bien existen numerosos casos de

éxitos de personas que habiendo perdido su puesto de trabajo, han sido empresarios capaces de crecer, competir, pues no es tan importante por qué emprendes, sino tu capacidad competitiva. Según el informe “Mujer y desafío emprendedor en España”, en nuestro país, la creación de empresas por oportunidad es cinco veces y media superior a la motivada por necesidad en el caso de los hombres y, prácticamente cuatro veces y media en el caso de las mujeres.

En esta línea de pensamiento, la contribución de la mujer al emprendimiento ha ido en moderado ascenso desde el comienzo de la crisis en el año 2008 coincidiendo con el fuerte ascenso del número de mujeres que han perdido su puesto de trabajo. La tasa de paro superó en 2012, en ambos colectivos el 25%, siendo en el caso de las mujeres (26,55%) un porcentaje ligeramente superior a la tasa de paro masculina, que alcanza el 25,58%. La Tabla 1 representa el número de parados por género y edad en Galicia para el período 2009-2012. Se comprueba como el número de desempleados aumenta en el período en 109.000 personas, siendo el incremento mayor en el caso de los hombres, con 63.400 nuevos desempleados que representa un aumento del 75,39% respecto al 2009. Para el caso de las mujeres, el aumento es menor tanto en número (45.500) como en porcentaje (53,9%). En cambio si comparamos los desempleados gallegos respecto a la media española, se comprueba que el aumento del paro en las mujeres gallegas ha aumentado en mayor proporción que en España, pasando de representar en el año 2009 el 4,36% al 4,65% en el 2012, que si lo comparamos con los varones se ha pasado de tener en Galicia el 3,52% (2009) del total de parados en España al 4,65% (2012). Estos datos nos permiten apreciar que por un lado, hay un fuerte incremento de desempleo que fue mayor en Galicia que en España y mayor en los varones que en las mujeres.

Tabla 1
Número de parados por género y grupos de edad en Galicia

	Total		Hombres		Mujeres	
	Número	%	Número	%	Número	%
2009	168.400	3,89%	84.100	3,52%	84.300	4,36%
2010	203.500	4,33%	106.300	4,18	97.200	4,52%
2011	240.400	4,56%	122.600	4,32%	117.700	4,84%
2012	277.400	4,65%	147.500	4,65%	129.800	4,65%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por el IGE (2013).

% = Total de desempleados en Galicia respecto al total desempleados en España

La Tabla 2 representa, para el período 2009-2012, el número de trabajadores/as por cuenta propia en Galicia, a partir de datos de la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos. Se comprueba cómo el volumen de trabajadores/as disminuye durante el período señalado en 15.030, recogiendo la mayor parte de la reducción la población masculina, que se reduce en 8.610 trabajadores. En el caso de las mujeres la reducción es menor, en torno a las 6.420 trabajadoras. Pero en cambio, el porcentaje de varones por cuenta propia respecto al total de trabajadores experimenta un ligero aumento, desde el 20,15% en 2009 al 20,9% de 2012, mientras que el porcentaje de mujeres prácticamente se mantiene, la suma de ambos aumenta, lo que viene a explicar lo indicado por Audretsch y Thurik (2004), que en época de crisis aumenta el número de autónomos respecto al total de trabajadores.

Tabla 2
Trabajadores/as por cuenta propia (2009-2012)

	Total		Hombres		Mujeres	
	Número	%	Número	%	Número	%
2009	229.470	20,15%	132.593	21,08%	96.877	18,82%
2010	220.433	20,17%	127.375	21,48%	93.058	18,61%
2011	217.396	20,26%	125.744	21,9%	91.652	18,37%
2012	214.440	20,9%	123.983	22,88%	90.457	18,69%

Fuente: Elaboración propia a partir de la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2013.

A pesar de estos datos, según Ferreiro y Vaquero (2010), son mayoría los varones que se deciden a emprender tanto en los viveros de empresas gallegos, que alcanzan el 74,2% del total de emprendedores, considerando toda actividad emprendedora en Galicia estamos en tasas del 63,6 % de los emprendedores de género masculino. Según un informe de la Federación Española de Trabajadores Autónomos (2012), uno de cada tres autónomos en España es mujer.

Los viveros de empresas gallegos: qué son y para qué sirven

Los viveros de empresas surgen en la década de los 50 en California (Estados Unidos) en el *Silicon Valley* a partir de iniciativas de la Universidad de Stanford. 20 años más tarde, en la década de los 70, es cuando empieza a hablarse de una actua-

ción pública consolidada en materia de viveros de empresas en Estados Unidos a raíz de programas de la EDA (*Economic Development Administration*) y la NSF (*National Science Foundation*), con los que se buscan dos objetivos: el desarrollo económico y la creación de nuevas empresas. El éxito obtenido fue tal que desde entonces los viveros de empresas se utilizan como instrumento para potenciar el crecimiento económico.

Llegan a Europa a partir de la década de los 80 y surgen principalmente en Inglaterra amparados por la *British Steel Corporation*, que estimuló la creación de pequeñas empresas y nacen como organismos intermediadores tanto públicos como privados que ofrecen una serie de servicios a empresas con fuerte potencial de crecimiento para ayudarles a desarrollar y crear actividades innovadoras.

Ferreiro y Vaquero (2010) describen el proceso de creación de empresas en Galicia. Así, los viveros de empresas surgen en 1993 aunque el primero no es un vivero tal y como se ha definido, si no que se trata de un parque tecnológico ubicado en el municipio de San Cibrao das Viñas, en la comarca de Ourense. En el año 1999 empiezan a crearse viveros vinculados a las universidades gallegas, dos viveros propiamente dichos y ubicados en Santiago, añadiéndose en 2005 el último vivero tecnológico creado por la Universidad de A Coruña; dichos viveros nacen con el objetivo de fomentar iniciativas empresariales de base tecnológica e innovadoras.

El mayor vivero de Galicia data del año 2003, es promovido por el Consorcio de la Zona Franca de Vigo y se ubica en el municipio de O Porriño, en la comarca de Vigo. Además es el primer vivero que posibilita iniciativas emprendedoras de carácter industrial. Ese mismo año empiezan a crearse viveros de empresas promovidos por las Cámaras de Comercio.

La época de mayor creación de viveros se haya entre el 2003 y el 2007, con 15 viveros de empresas. Desde el año 2008 solo se instalaron cuatro viveros más en Galicia.

Según su orientación, los viveros pueden clasificarse en: si está orientado a proyectos tecnológicos, industriales o generalistas. Así, los viveros tecnológicos solo aceptan en sus instalaciones iniciativas de base tecnológica o claramente innovadoras. Los viveros de servicios solo acogen iniciativas emprendedoras de servicios, como consultoría, investigación y enseñanza, ya que no disponen de espacios para la realización de actividades industriales o comerciales; y los viveros generalistas son aquellos que albergan posibilidades de servicios y actividad industrial.

Los viveros poseen tres clases de recursos para llevar a cabo su labor de fomento y desarrollo del emprendimiento, que son: recursos humanos, físicos y económicos. Respecto a los recursos humanos, en los viveros gallegos en el año 2011 trabajan 65 personas, lo que supone una media de 2,8 personas por vivero. Desglosando por cate-

gorías, la que más predomina es la de técnicos, con un 56,8% del total de la plantilla, lo que supone una plantilla media de 1,6 técnicos por vivero. Un 28,3% de la plantilla son administrativos, lo que supone 0,8 de administrativos por vivero, y de media, el director dedica media jornada por vivero (Ferreiro y Vaquero 2012). La figura que más predomina en los viveros son Agentes de Empleo y Desarrollo Local (AEDLs), financiados mayoritariamente por la Consellería de Traballo e Benestar. No todos los viveros tienen directores o gestores, habiendo muchas veces una coincidencia entre los responsables de los viveros y los técnicos que operan en él.

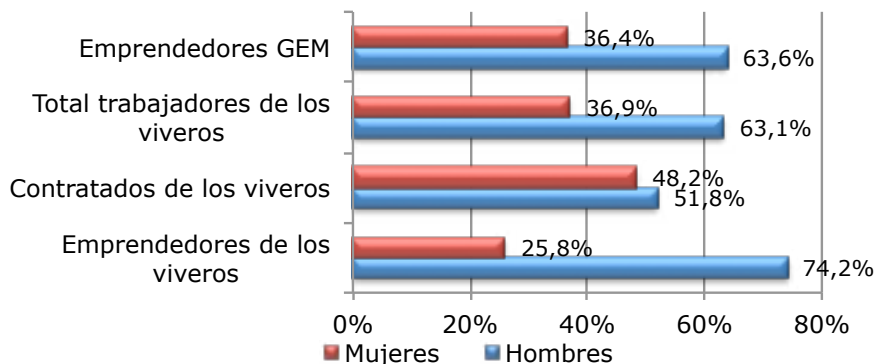
Estamos de acuerdo en que el principal objetivo de un vivero de empresas es contribuir a la creación de nuevas empresas. Otro de los objetivos que se buscan con el desarrollo del emprendimiento es la creación de empleo, tanto autoempleo como por cuenta ajena, siendo un asunto de máxima prioridad social. Medir ambos factores es clave para analizar la aportación de los viveros de empresas a la sociedad. Pero también se espera de los viveros que ayuden a crear empresas sostenibles ya que la mera creación de empresas no es suficiente, pues si ésta nace y tiene una tasa de mortalidad elevada, se pueden generar muchos problemas de impagos, endeudamiento, recursos malgastados y pérdidas de empleo, generando un mayor problema social (Ferreiro y Vaquero, 2012). Los viveros de empresas en Galicia han ayudado a generar 1100 empresas hasta el año 2012 que supusieron más de 3.300 personas trabajando el año pasado en los centros de iniciativas empresariales gallegos.

La presencia femenina en los viveros de empresas gallegos

“Cuando se estudia la situación de la mujer en el mundo laboral, surgen una serie de cuestiones en las que aparecen importantes diferencias con respecto a la población masculina” (Toribio, 2001). Se ha comprobado, por lo tanto, que el hombre emprende más que la mujer, como muestran los datos expuestos por Ferreiro y Vaquero (2010) con un 74,2% de emprendedores frente al 25,8% de emprendedoras, siendo una diferencia muy notable (Gráfico 1). En cambio, es curioso constatar cómo, si se refiere a los contratados por las empresas ubicadas en dichos viveros, las diferencias se ven mermadas y reducidas, siendo el 51,8% varones y el 48,2% mujeres contratadas. Por tanto, al realizar una media entre emprendedores de los viveros y profesionales contratados por los emprendedores, el porcentaje quedaría distribuido de la siguiente manera: 63,1% hombres y 36% mujeres. Datos que se corroboran en el informe GEM Galicia (2009), representando los emprendedores masculinos un 63,6%, frente al 36,4% de las mujeres. En todas las estadísticas analizadas hasta el momento, comparando el nivel de emprendimiento masculino frente al femenino, siempre sale que esta emprende menos, ya sea la estadística analizada en los viveros, en general, en Galicia, en España, u por cualquier otra dimensión.

Gráfico 1

Distribución de emprendedores y trabajadores en función del género en Galicia, en porcentaje (2009)

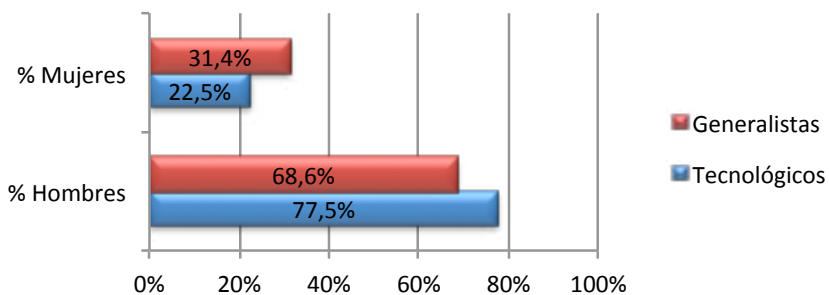


Fuente: Ferreiro y Vaquero (2010)

El Gráfico 2 muestra la distribución de los viveros de empresas gallegos en cuanto a emprendedores y emprendedoras, según tipo de viveros y el número de varones emprendedores en los viveros tecnológicos muy vinculados a las Spin off de las Universidades y del Parque Tecnológico de Tecnópolis aún se incrementa más, lo cual nos da una idea que la mujer emprende menos y en campos más generalistas que tecnológicos.

Gráfico 2

Distribución de emprendedores y emprendedoras según tipo de vivero (2012)

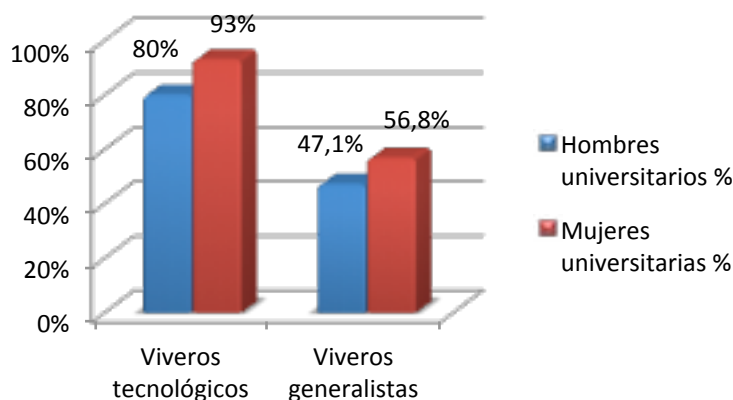


Fuente: Elaboración propia.

Según Ferreiro y Vaquero (2010), la mujer que emprende en los viveros de empresas de Galicia está más formada que el hombre como así lo atestiguan los datos publicados en su estudio. Estos afirman que el 73,8% de las mujeres de los viveros gallegos poseen estudios universitarios superiores frente al 64,2% de los hombres; en cuanto a los estudios universitarios medios, un 9,1% los posee frente al 18% de los hombres y si nos fijamos ahora en los estudios secundarios, el 17,1% de las mujeres frente al 15,1% de los hombres. De la investigación se desprende que, en general, las mujeres que se deciden a emprender lo hacen basadas en un nivel educativo alto, no habiendo mujeres en los viveros de empresas de Galicia que hayan emprendido sin poseer algún tipo de estudio ya sea superior, medio o secundario.

Analizando datos del 2012 en los viveros gallegos, se confirma lo publicado en años anteriores, (gráfico 3), que la mujer está más formada que el hombre. Desglosando los viveros entre tecnológicos y generalistas, observamos que el 93% de las mujeres emprendedoras de los viveros tecnológicos posee estudios universitarios frente al 80% de los hombres. En cuanto a los viveros generalistas, nos encontramos con porcentajes menores, siendo el 56,8% de las mujeres con estudios universitarios frente al 47,1% de los hombres. La explicación a este resultado la encontramos en que, por un lado, la mujer está más preparada que el hombre y, en segundo lugar, porque los viveros tecnológicos albergan proyectos muy especializados para los que es necesario ser poseedores de un título superior.

Gráfico 3
 Formación universitaria de las emprendedoras según tipo de vivero, en porcentaje (2012)



En cuanto a la media de edad de hombres y mujeres a la hora de emprender, nos encontramos en el estudio de Ferreiro y Vaquero (2010) que la media se sitúa en los 35,9 años en el caso de los hombres y en los 33,4 años en el caso de las mujeres. Por lo que se puede afirmar que los emprendedores de los viveros de empresas gallegos se deciden a emprender una vez han cogido algo de experiencia laboral en otras empresas; pues queda constatado que desde que finalizan sus estudios superiores hasta que inician su propio proyecto empresarial, han transcurrido unos 8-10 años suficientes para adquirir experiencia. García et al. (2009) llegaron a una conclusión muy parecida: se ha de tener cierta edad unida a una experiencia mínima para emprender. Sternberg (2005) afirmaba que la edad era un factor importante para la decisión de crear una empresa. Ferreiro y Vaquero (2010), el 82,9% de los emprendedores que llevaron a cabo una iniciativa emprendedora a través de un vivero de empresas, tenían experiencia previa, no habiendo diferencias por género.

El Informe Mujer y Empresa, elaborado por la Organización de mujeres empresarias y gerencia activa (OMEGA) (2010) destaca “el perfil de las mujeres emprendedoras en España se sitúa entre los 36 y 45 años, con estudios universitarios y en empresas dedicadas al sector servicios (83%)”.

Otra diferencia entre emprendedores y emprendedoras en los viveros gallegos que encontramos en Ferreiro y Vaquero (2010), se halla en sus niveles de facturación y nivel de beneficios siendo claramente superiores para ellos que para ellas. Así las mujeres emprendedoras de los viveros de empresas han facturado de media 93.402 € por iniciativa emprendedora frente a los 233.530 € por año de las iniciativas emprendedoras lideradas por varones. Esta diferencia viene explicada porque estos emprenden más en proyectos tecnológicos, mientras que ellas actúan más en el campo de la educación. Esto se traduce al nivel de beneficios ya que los hombres tienen un promedio de rentabilidad de 11.771 euros frente a las iniciativas empresariales de las mujeres que le dejan unos beneficios de 5.409, menos de la mitad que los hombres. De este dato se puede sacar una conclusión importante y es que ya no solo la mujer emprende menos sino que la que lo hace gana menos que los hombres, a pesar de tener mayor nivel formativo.

A pesar de que la emprendedora obtiene una menor rentabilidad, sí que se muestra muy satisfecha en cuanto a la utilidad del vivero. Según Ferreiro y Vaquero (2010), el 98,2% de las mujeres se encuentran muy satisfechas con su estancia en el vivero de empresas, porcentaje similar al de los hombres. Existen mayores diferencias, en cambio, entre hombres y mujeres en relación a la pregunta sobre si hubieran desarrollado su actividad emprendedora si no hubiesen estado en el vivero, ya que el 21% de las mujeres responden afirmativamente a esta pregunta (prácticamente el mismo que los hombres), sólo el 3,7% de las mujeres manifiestan que no hubiesen desarrollado su idea empresarial si no fuera por el vivero, frente al 7,7% de los varones.

Buscando las razones por las que las mujeres emprenden menos, según PwC *PricewaterhouseCoopers* (2008) sólo el 40% de las mujeres tienen la ambición para elaborar su propio proyecto personal. Entre las causas por las que las mujeres emprenden menos o están menos dispuestas a emprender es que éstas buscan la flexibilidad laboral, prefieren una relación de dependencia preferentemente en grandes corporaciones en las que se puedan ascender, de tal manera que la seguridad laboral es un aspecto muy valorado en detrimento de afrontar nuevos desafíos de proyectos personales.

Según el informe GEM “Mujer y desafío emprendedor en España” (Ruiz et al. 2010) el índice de emprendimiento en España en 2009 fue del 3,88%. Esto puede deberse a la crisis actual y a las insuficientes ayudas económico-financieras para emprender un proyecto personal. En dicho informe se asegura que el principal valor para las mujeres es la estabilidad laboral, por eso la mayoría de emprendedores siguen siendo hombres. Por otro lado, ellas buscan la flexibilidad en el entorno laboral.

Kourilsky y Walstad (1998) concluyen en su estudio que existen muchas similitudes entre mujeres y hombres con respecto a sus conocimientos y opiniones acerca de la iniciativa empresarial, pero también muestran grandes diferencias en varios ámbitos, como que las mujeres son más conscientes de sus deficiencias en esta área de conocimiento (el de las iniciativas empresariales) que los hombres. Ambos sexos creen que la educación puede corregir el problema del conocimiento. En general, se desprende del estudio la menor propensión de las mujeres con respecto a abrir un negocio propio.

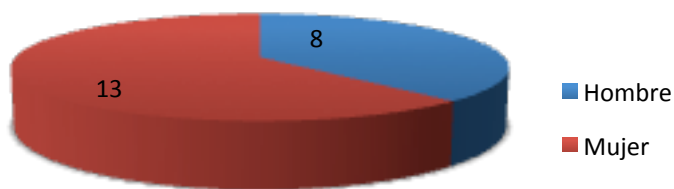
Langowitz y Minniti (2007) realizan una investigación para intentar determinar qué variables influyen en la propensión empresarial de las mujeres y si las variables tienen una correlación significativa con las diferencias entre sexos. Los resultados muestran que las variables de percepción subjetivas tienen una influencia decisiva sobre la propensión de las mujeres a emprender, como recogen Ortiz et al (2008) en su estudio.

Para Henríquez et al. (2010) el conocer a otros empresarios y la capacidad de percibir oportunidades de negocio son variables determinantes a la hora de emprender, estando más presente en los hombres que en las mujeres. Cromie (1987) estudió por qué las mujeres están menos interesadas en emprender, destacando entre diversas razones que ellas están menos interesadas en hacer dinero, y en ocasiones, eligen hacer empresa propia por la insatisfacción de su carrera profesional.

Clancy (2005) afirma que en la actualidad las mujeres ocupan casi el 50% de los empleos gerenciales y profesionales, pero los líderes de la mayoría de las compañías y organizaciones alrededor del mundo son casi siempre hombres, como recogen Ortiz

et al (2008). El éxito frecuentemente requiere un compromiso total al cargo y una reducción proporcional del tiempo que la gente puede dedicar a sus familias y a sus vidas personales (Ortiz et al., 2008). En el Gráfico 4, se observa cómo los responsables de los viveros de empresas son en un 62% mujeres frente al 38% de los hombres. Este dato se debe matizar ya que ser gerente de un vivero de empresa, no quiere decir que sean emprendedores, sino que llevan la gestión de centros que apoyan al emprendimiento, en los que predominan las Cámaras de Comercio (38 %), Ayuntamientos (22%), asociaciones empresariales (22%) según Ferreiro y Vaquero (2010). Por otro lado, el perfil de los gerentes corresponde mayoritariamente a figuras AEDL (Axentes de Emprego e Desenvolvemento Local) financiados por la Consellería de Traballo e Benestar de la Xunta de Galicia.

Gráfico 4
Distribución de responsables de los viveros en función del género. 2012”



Fuente: Elaboración propia a partir encuestas directas

Otros factores que facilitan o dificultan el emprendimiento femenino, son las redes sociales, el acceso a financiación y el marco institucional de apoyo a la actividad emprendedora (Ruíz et al., 2012). Algunos autores como Hansen, 1995; Hoang y Antoncic, 2003; Gordon y Sarah, 2010, afirman que “el éxito de un emprendedor guarda una estrecha relación con su capacidad para desarrollar redes sociales y el tipo de redes en las que participa”. Las redes aumentan la base de recursos útiles para el emprendedor (Shaw, 2006); su capacidad para reconocer oportunidades en el mercado (Bowey y Easton, 2007); acceso a fuentes de información relevantes para el negocio (Steier y Greenwood, 2000); o la posibilidad de supervivencia de la empresa (Huggins, 2000).

Según Marlow (2006), en general, las mujeres emprendedoras tienden a acceder a menos fuentes de financiación y menos capital para sus negocios que los hombres. Esto tiene su explicación en que no requieren inversiones significativas debido al

menor tamaño de sus negocios o a la diferencia en aspiraciones de crecimiento (Heilbrunn, 2004). Particularmente, en Galicia existen instituciones como la Consellería de Traballo e Benestar o el IGAPE de apoyo a los emprendedores que gestiona líneas ICO de ayuda a los emprendedores y además posee líneas propias como la línea de microcréditos o proyectos de creación de pequeñas y medianas empresas o realización de inversiones en empresas novas promovidas por nuevos emprendedores; también existen otros tipos de financiación tanto pública como privada a la que los emprendedores pueden acudir.

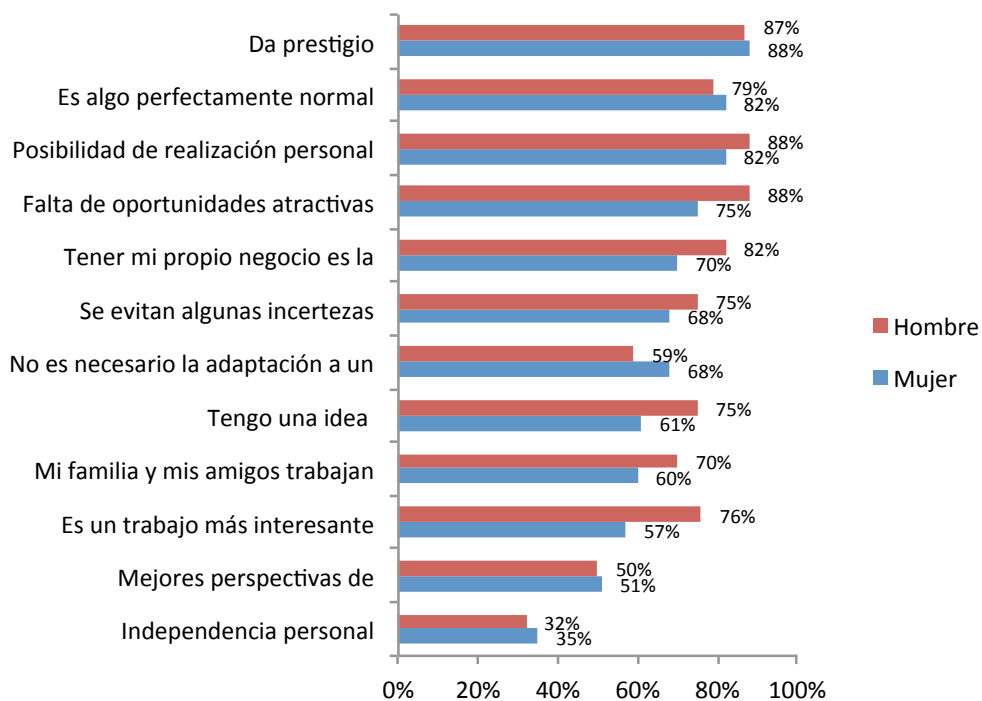
Respecto al marco institucional de apoyo a la actividad emprendedora femenina, en Galicia nos encontramos con varios programas de apoyo a las emprendedoras: como se hace desde la Universidad de Santiago de Compostela con Woman Emprende, que busca fomentar el emprendimiento en la población femenina y ayudar a que consoliden sus proyectos empresariales (López, 2013). Ejemplo también son los Programas de ayudas a mujeres empresarias que ofrecen desde la plataforma e-empresarias.net. Las Cámaras de Comercio también ofrecen apoyo empresarial a las mujeres emprendedoras.

Para finalizar y ver como los estudiantes de ADE de las universidades gallegas contemplan el futuro, en estudio dirigido por Neira et al (2013) se realizó una encuesta de opinión sobre su futuro laboral, resaltando que un 36 % de los chicos contempla el emprendimiento como una salida laboral, frente al 26 % de las chicas, lo cual vuelve a poner de manifiesto la menor propensión a emprender por parte de las mujeres. No obstante son ratios mejores que en años anteriores, si bien una de las causas que explica esta mejora es la de situación forzosa por la situación de crisis actual. En todo caso ambos porcentajes están muy por debajo del 50% que contemplan los estudiantes americanos.

Analizando los factores por los que preferirían tener un negocio propio, (Gráfico 5), se puede observar que apenas existe diferencia por género en las tres principales variables como el prestigio, la posibilidad de realización personal, y que sea una opción perfectamente normal. En la que encontramos diferencias es el cuarto factor como la falta de oportunidades que es más valorada por los hombres que por las mujeres o el quinto factor en que tener mi propio negocio es la opción más adecuada. El único factor en el que claramente hay un mayor porcentaje en el género femenino, es el que ocupa el sexto lugar, referente a que no es necesaria la adaptación a un ambiente de trabajo. Todo esto nos permite concluir que en el futuro seguirá siendo el hombre más propenso a emprender pero que las razones para emprender son semejantes en las principales causas de emprendimiento en ambos géneros.

Gráfico 5

Factores por los que preferiría tener un negocio propio los estudiantes de ADE de las universidades gallegas



Fuente: Neira et al. (2013)

Conclusiones

Como ya hemos mencionado, las últimas décadas han sido decisivas en cuanto al avance de la mujer en el ámbito laboral y socioeconómico en sus diferentes ámbitos, pero todavía no podemos hablar de una situación de igualdad, que se reconoce desde el punto de vista jurídico, pero la realidad sigue demostrando que todavía existen elementos discriminatorios que le impiden, en el mundo del trabajo, desarrollar su actividad en las mismas condiciones que el hombre.

Sin duda, la situación económica que atraviesa el país desde los últimos años ha provocado un deterioro en el plano económico, además de en el político y social. Una de las consecuencias más graves acontecidas a raíz de la crisis económica de 2008 es el aumento del desempleo (Tabla 1) lo que ha derivado en un aumento del número de trabajadoras por cuenta propia respecto al total de trabajadores (Tabla 2) tanto en

Galicia como en el conjunto de España, y de mujeres que llevan a cabo su proyecto empresarial.

Del estudio se desprende que la mujer emprende menos que el hombre a cualquier escala geográfica (mundial, España, Galicia) y también a nivel de viveros gallegos, (Gráfico 1). Datos que se confirman en el caso de los viveros tecnológicos y generalistas, donde el hombre también emprende más que la mujer (Gráfico 2).

En cuanto al nivel de formación sí se observa que la mujer emprendedora está más formada que el hombre, por lo tanto la mujer emprende menos, pero la que lo hace tiene mayor nivel de estudios que el hombre (Gráfico 3). Se da la circunstancia de que hay más mujeres ocupando puestos de responsabilidad en los viveros de empresas que hombres, pero están contratadas, por tanto no deja de ser una paradoja que la mujer emprende menos pero dirige en mayor medida los centros de iniciativas empresariales de apoyo al emprendimiento en el que predomina el hombre (Gráfico 4).

La media de edad de la mujer emprendedora es de 33,4 años muy pareja a la del hombre (35,9). Este aspecto es lógico ya que las mujeres emprendedoras que lo hacen a través de los viveros de empresas tienen formación universitaria y es preciso contar con experiencia antes de ponerse a emprender, de hecho el 82,9 % de los emprendedores tenían experiencia previa.

Una clara diferencia por géneros es el nivel de facturación y beneficios, siendo para ellos de 233.530 € año frente a los 93.402 € de ellas, con un nivel de rentabilidad mayor en los varones (11.771€/año) frente a los 5.409 €/año de las empresas lideradas por ellas. La razón es el tipo de actividad en la que se emprenden, predominando en los hombres las tecnológicas y profesionales, frente a las actividades más generalistas (formación, etc) de las mujeres de los viveros de empresas.

Por tanto la mujer emprende menos que el hombre, goza de un nivel de formación mayor y obtiene una menor rentabilidad.

A pesar de estos ratios, la mujer emprendedora que desarrolló su iniciativa emprendedora en los viveros de empresas, muestra una gran satisfacción por el rol desarrollado por estos centros, ya que el 98,2% de las mujeres se muestran muy satisfechas por la ayuda prestada por las incubadoras de empresas.

En cuanto a las razones por las que las mujeres emprenden menos no es porque no pueda hacerlo o tenga menor capacidad, sino por un lado porque tiene otras alternativas laborales más satisfactorias que la de emprender en un pequeño negocio, derivado de su mayor formación, por otro lado una menor propensión psicológica a emprender por una mayor aversión al fracaso, a la vez que busca más la estabilidad y la conciliación familiar. Así, en estudio realizado por PwC *PricewaterhouseCoopers* (2008) llegaba a la conclusión que el género femenino prefiere trabajar en grandes corporaciones buscando más la seguridad laboral y que les permita la

conciliación familiar. Otras dificultades que se encuentran las emprendedoras son las redes sociales y los contactos, según Henríquez et al. (2010) el conocer a otros empresarios y la capacidad de percibir oportunidades de negocio son variables determinantes a la hora de emprender, estando más presente en los hombres que en las mujeres. El acceso a financiación es otra dificultad si bien está más vinculada a la crisis que al género específico. El otro factor es el marco institucional de apoyo a la actividad emprendedora, en Galicia nos encontramos con varios programas de apoyo a las emprendedoras: como se hace desde la Universidad de Santiago de Compostela con Woman Emprende, que busca fomentar el emprendimiento en la población femenina y ayudar a que consoliden sus proyectos empresariales. Ejemplo también son los Programas de ayudas a mujeres empresarias que ofrecen desde la plataforma e-empresarias.net. Las Cámaras de Comercio también ofrecen apoyo empresarial a las mujeres emprendedoras.

Según estudio dirigido por Neira et al. (2013), en una encuesta de opinión sobre el futuro laboral a estudiantes de ADE de las Universidades gallegas, el 26% de las estudiantes están dispuestas a emprender frente al 36% de los chicos siendo las causas del emprendimiento muy parecidas en ambos géneros. Bien es cierto que esta mayor propensión a emprender por parte de la mujer respecto a años anteriores, viene determinada por la falta de expectativas laborales y que en época de crisis aumenta la figura de la emprendedora forzosa.

Bibliografía

- AMATORI, F. (2010): "Determinants and typologies of entrepreneurship in the history of industrial Italy", en *The determinants of entrepreneurship. Leadership, culture, Institutions*. Editado por García-Ruiz, J. L. y Toninelli, P. A. "Perspectives in economic and social history". Nº 7. Pickering & Chatto, Londres.
- ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AUTÓNOMOS (ATA). Informe mujer autónoma 2012. *Consultado en marzo 2013*. Disponible en: <http://www.ata.es/imagenes/publicacionesPdf/publicacion72.pdf>
- AUDRETSCH, D. (2013): "Entrepreneurship: A survey of the literature", elaborado para la Comisión Europea, Dirección General de Empresa, *Enterprise Papers*, Nº 14. London.
- AUDRETSCH, D.; THURIK, A.; VERHUEL, I. Y WENNEKRES, A. (2002): *Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-US Comparison*. Kluwer Academic Publisher. Boston.
- AUDRETSCH, D. Y THURIK, A. (2004): "A model of the entrepreneurial economy". *international journal of entrepreneurship education*, vol. 2, nº 2.

- BOWEY, J. Y EASTON, G. (2007): "Entrepreneurial social capital unplugged: an activity-based analysis". *International Small Business Journal*, vol. 25, nº 3, pp. 273-306.
- CANTILLON, R. (1755): *Essai sur la Nature du Commerce en Générale*. Macmillan. Londres (1931).
- CASSON, M. (1982): *The entrepreneur, an economic theory*. Martin Robertson. Rowman & Littlefield. Oxford.
- CLANCY, S. (2005): "¿Por qué no hay más mujeres en la cima de la escala corporativa: debido a estereotipos, a diferencias biológicas o a escogencias personales?" *Revista Latinoamericana de Administración*, 2007-38: 1-8.
- CROMIE, S. (1987): "Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs". *Journal of Organizational Behavior*. Vol. 8, nº 3, pp. 251-261.
- DÍAZ, C.; DE LA CRUZ, M.; POSTIGO, M. Y AYALA, C. (2008): "Mujer y creación de empresas en Extremadura: Un análisis comparativo". *Ayala J. Conocimiento, Innovación y Emprendedores: Camino al Futuro*. Universidad de la Rioja.
- FERREIRO, F. Y VAQUERO, A. (2010): *El papel de los viveros de empresa en Galicia como agentes de promoción económica y generación de empleo*. Edita Xunta de Galicia. Consellería de Trabajo e Benestar. Santiago de Compostela.
- FERREIRO, F. Y VAQUERO, A. (2013): "La realidad de la participación femenina en los viveros de empresas en Galicia". *Emprender: Una perspectiva de género*. Coord. López Díaz, A. J. Servicios de Publicaciones de la Universidad de A Coruña. Pp. 57-68.
- FERREIRO, F. Y VAQUERO, A. (2012): "La contribución económica de los viveiros de empresas en Galicia. Unha aproximación a través dun modelo de balanza fiscal". XXXVIII Reunión de Estudios Rexionais. Bilbao 2012.
- FERREIRO, F. Y VAQUERO, A. (2013): "Variables laborales y fiscales del emprendimiento". *Emprender: Una perspectiva de género*. Coord. López Díaz, A. J. Servicios de Publicaciones de la Universidad de A Coruña. Pp. 39-56.
- GARCÍA, E; GARCÍA, O. Y CANEDA, A. (2009): "¿Cómo es el emprendedor gallego de éxito?" *Fundación Caixanova. Colección: Atalaya del emprendedor*. Vigo.
- GARTNER, W. (1988): "Who Is an Entrepreneur? Is the Wrong Question". *American Journal of Small Business*, nº 12, vol. 4, pp. 47-68.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) (2009): Informe Ejecutivo GEM Galicia, disponible en: <http://www.gemgalicia.org/files/2009/InformeEjecutivoGEMGalicia2009.pdf> Consultado en abril de 2013.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) (2011): Informe Ejecutivo GEM Galicia, disponible en: http://www.gemgalicia.org/files/2012/GEM_2011.pdf Consultado en abril de 2013.

- GORDON, I. Y SARAH, J. (2010): "HEI engagement with SMEs: developing social capital". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol. 16, nº 6, pp. 517-539.
- HANSEN, E. (1995): "Entrepreneurial networks and new organization growth". *Entrepreneurship: Theory and Practice*. Vol. 19, nº 4, pp. 7-21.
- HEILBRUNN, S. (2004): "Impact of gender on difficulties faced by entrepreneurs". *International Journal of Entrepreneurship & Innovation*, vol. 5, nº 3, pp. 159-65.
- HENRIQUEZ, M.; ARIAS, A. Y MOSQUERA, C. (2010): "Impacto de las variables de percepción en la creación de empresas de mujeres en Colombia". Memorias XLV Asamblea CLADEA 2010 – ASCOLFA, Asociación Colombiana de Facultades de Administración. Disponible en: www.cladea2010.org/memorias_cladea2010/DOC/track6-13.swf
- HOANG, H. Y ANTONCIC, B. (2003): "Network-based research in entrepreneurship: a critical review". *Journal of Business Venturing*, vol. 18, nº 2, pp. 165-87.
- HUGGINS, R. (2000): "The success and failure of policy-implanted inter-firm network initiatives: motivations, processes and structure". *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 12, nº 2, pp. 11-135.
- INSTITUTO GALLEGO DE ESTADÍSTICA (IGE). Disponible en: www.ige.eu
- KIRZNER, I. (1973): *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- KIRZNER, I. (1998): *Competencia y empresariabilidad*. 2ª edición. Unión editorial. Madrid.
- KOURILSKY, M. Y WALSTAD, W. (1998): "Entrepreneurship and female youth: Knowledge, attitudes, gender differences and educational practices". *Journal of Business Venturing*. Vol. 13, nº 1, pp 77-88.
- LANGOWITZ, N. Y MINNITI, M. (2007): "The Entrepreneurial Propensity of Women". *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 31, nº 3, pp 341-364.
- LÓPEZ, E (2013). "El programa Woman Emprende de la Universidad de Santiago de Compostela". *Emprender una perspectiva de género*. UDC 2013.
- LÜCKGEN, I.; OBERSCHACHTSIEK, D.; STERNBERG, R. Y WAGNER, J. (2006): "Nascent entrepreneur in German regions" en FRTISCH, M. Y SCHUMEDE, J. (Eds): *Entrepreneurship in the region*. International Studies in Entrepreneurship, Springer, Berlin.
- MARLOW, S. (2006): "A safety net or ties that bind? Women, welfare and self-employment". *International Journal of Sociology & Social Policy*, vol. 26, nº 9/10, pp. 397-410.
- NEIRA, I.; PORTELA, M; FERNÁNDEZ, L. y RODEIRO, D. (2013). "Una actitud emprendedora: Un enfoque a través de los jóvenes y el género". *Emprender una perspectiva de género*. Coord. López Díaz, A. J. *Servicios de Publicaciones de la Universidad de A Coruña*. Pp. 69-84.

- ORGANIZACIÓN DE MUJERES EMPRESARIAS Y GERENCIA ACTIVA (2010): “Estudio sobre la actividad empresarial femenina en España”. Fundación Banesto. Disponible en: http://igualdade.xunta.es/sites/default/files/files/documentos/ES_%20Impacto.pdf
- ORTIZ, C.; DUQUE, Y. y CAMARGO, D. (2008): “Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino”. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*. Vol. 1. Bogotá. Colombia.
- PRICEWATERHOUSECOOPERS (2008): “¿Por qué las mujeres emprenden menos?”. <http://www.mujeresycia.com/?x=nota/37235/1/por-que-las-mujeres-emprenden-menos>
- RUÍZ, J.; CAMELO, C.; DE LA VEGA, I.; CODURAS, A. y JUSTO, R. (2010): “Mujer y Desafío Emprendedor en España”. Disponible en: http://paralaigualdadenelemplo.mspsi.gob.es/repository/documents/Mujer_Desaf_Empren.pdf
- RUÍZ, J.; CAMELO, C. Y CODURAS, A. (2012): “Mujer y Desafío Emprendedor en España. Características y Determinantes”. *Revista de Economía Industrial*, nº 383, pp 13-22.
- SAY, J. (1803): *Traité de Economie Politique*. Edición de 1972, Calmann-Lévy Éditeur. París.
- SCHUMPETER, J. (1934): *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press. Cambridge. Massachussets.
- SHAW, E. (2006): “Small firm networking”. *International Small Business Journal*, vol. 24, nº 1, pp. 5-29.
- STEIER, L. Y GREENWOOD, R. (2000): “Entrepreneurship and the evolution of angel financial networks”. *Organization Studies*, vol.21, nº 1, pp. 163-93.
- STERNBERG, R. (2005): “Business start-ups. Hope for future regional development in Germany”. *German Journal of Urban Studies*, vol. 44. Germany.
- STUART, J. (1848): *Principles of Political Economy: with some of their applications to social philosophy*. Hackett Publishing, United States.
- TORIBIO, M. R. (2001): “La actividad empresarial femenina: ¿una vía de superación de las trabas en el mercado laboral?” *Boletín Económico de ICE* nº 2690.
- VECIANA, J. (1998): “Teoría y política de la creación de empresas”. Jornada del Economista 1998. *Collegi d’Economistes de Catalunya*. Barcelona.
- VECIANA, J. (2005): “La creación de empresas. Un enfoque gerencial”. *Colección Estudios Económicos*, nº 33. La Caixa. Barcelona.
- WALRAS, I. (1874): *Eléments d’économie Politique Pure ou Théorie de la Richese*. Traducción al castellano: *Elementos de economía política pura*. Ed Alianza. Madrid.